

ABSTRAK

KETIDAKPUASAN KONSUMEN, TINGKAT KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN PERPINDAHAN MEREK

Survei Pengguna Produk Parfum Pada Kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

ADITYA RISTYANTO
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh ketidakpuasan konsumen dan tingkat karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek pada produk parfum pada kalangan mahasiswa. Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel dummy yaitu keputusan perpindahan merek. Variabel independennya meliputi ketidakpuasan konsumen dan tingkat karakteristik kategori produk (keterlibatan konsumen, perbedaan persepsi diantara merek, kekuatan preferensi, frekuensi pembelian).

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei mengenai perilaku konsumsi parfum pada kalangan mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif tentang karakteristik responden dan Analisis Inferensial dengan menggunakan Analisis Regresi Linear.

Hasil survei menggambarkan penggunaan parfum di kalangan mahasiswa tidak ditentukan oleh besarnya uang saku, jenis parfum yang dibeli, usia, dan frekuensi pembelian. Selain itu, terdapat kecenderungan perilaku perpindahan merek pada kalangan mahasiswa pengguna parfum yang pada dasarnya masih didominasi oleh perempuan. Hasil analisis Regresi Linear menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan tingkat karakteristik kategori produk tidak berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek. Ini menjelaskan bahwa ketidakpuasan konsumen dan tingkat karakteristik kategori produk tidak menjadi sumber perpindahan merek. Ini disebabkan perilaku pembelian parfum di kalangan mahasiswa tidak rasional. Dalam penelitian terlihat pada kecenderungan memperoleh informasi datang dari iklan dan pengaruh teman. Ini mencerminkan perilaku mahasiswa yang tidak memperoleh informasi produk secara benar dan ikut-ikutan.

ABSTRACT

CONSUMER DISSATISFACTION, CHARACTERISTICS DEGREE OF PRODUCT CATEGORY, AND BRAND SWITCHING

Survey on Perfume Consumers at Management Study Program
Economic Faculty, Sanata Dharma University, Yogyakarta

ADITYA RISTYANTO
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008

The aims of this research were to identify and to explain about consumer dissatisfaction and characteristics degree of product category toward brand switching behavior of perfume product in the students population. The dependent variable was dummy variable namely brand switching behavior. The independent variables in this research included customer dissatisfaction, and characteristic degree of product category (customer participation, perception differences among the brands, preferential power, and buying frequency).

This research was a survey research about perfume consumption behavior of the students. Analysis techniques used in this research were the descriptive analysis about respondent characteristics and inferential analysis by using Linear Regression Analysis.

The result of the survey described the use of the perfume in the students population is not determined by the amount of the pocket money, kinds of perfumes, age, and buying frequency. Furthermore, there was a tendency of brand switching behavior in students population using perfume, which was basically dominated by women. The Linear Regression Analysis result showed that customer dissatisfaction and characteristic degree of product category didn't have influence toward brand switching behavior. It explained that customer dissatisfaction and characteristic degree of product category didn't become a source of brand switching. This was caused by student behavior toward perfume buying was irrational in this research. It could be seen that the tendency of gaining information was from advertisement and the influence of friend. It reflected students didn't get the right information about the products and just follow the friends and the advertisement.